



La mobilització dels recursos creatius en les destinacions costeres

Dra Julie Wilson

*Grup de Recerca d'Anàlisi Territorial i Estudis Turístics
(GRATET)*

Fòrum del Campus d'Excel·lència Internacional Catalunya Sud
(CEICS)

Divendres 11 de novembre del 2011

Què estem investigant?

- La creativitat com a recurs turístic?
- La producció
- El consum (*pro-sum*)
- Mecanismes de creativitat en el turisme a la costa
- Espectacles, espais i turisme 'creatiu'
- Preguntes sobre les que reflexionar



La creativitat...

- ...com a **producte**
- ... com a **experiència**
- ... com a **innovació**
- ... com a **estratègia de màrqueting**
- ... creativitat com a **sector industrial**
- ... com a **estratègia de desenvolupament social**
- ...La creativitat com a **paisatge**
- ...com a **solucionador de problemes**
- ... com a **terme per a referir-se al turisme de patrimoni i el turisme cultural tradicional**
- ...com a **agent formador de l'identitat**
- ... com a **'diferència' i 'diversitat'**



La producció del turisme:

Platges
Museus
Monuments
Patrimoni construït
Paisatges
Tradicions



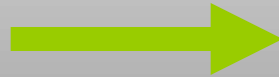
Imatge
Identitat
Estil de vida
Ambient (*atmosphere*)
Narratives
Valors
Disseny
Creativitat



El consum del turisme:

... cap a experiències, processos,
transformacions...

Mirar
Observar
'Gazing'



Participar
Transformar
Fer servir tots 5 sentits
Co-produir
Interpretar
Narrar
Experimentar
Innovar
Crear

Aprentatge més passiu  *Aprentatge més actiu*

Mecanismes

- **Hardware creatiu** – infraestructures / espais per a la producció, consum i ‘prosum’ creatius
- **Software creatiu** – atmosfera / ‘ambience’, moda, qualitat de vida, diversitat, ‘vibrància’
- **Orgware creatiu** – sectors, indústries, ‘clusters’, polítiques, governància

Com convertir la creativitat en possibilitats turístiques per a les destinacions costeres?

- Espectacles creatius?
- Espais creatius?



“Turisme creatiu” a la costa

- Treballant en xarxes d’innovació

Molts exemples:

www.creativecoast.net

www.creativecoast.co.nz

www.creativecoast.blogspot.com

www.kentscreativecoast.co.uk

Repte principal: Com fer que la proposta sigui realment **‘única’** al lloc per a afegir el valor necessari i competir en un mercat inundat?

Programa de recerca GRATET:

Preguntes importants

- Com traduir els conceptes de creativitat a la costa?
- Són les destinacions creatives més competitives? Més exitoses??
- Com desenvolupar noves estratègies per a afavorir la creativitat com a recurs turístic renovable?
- La creativitat pot promoure la cohesió social / la capital social? Més tolerància? Més justícia social?
- Es pot portar més valor afegit (fixant una **àncora** a la capital creativa endògena a una proposta única al lloc)?
- Quines són les diferències segons l'escala de la destinació? (regió, població, barri)



UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI

Gràcies...

Julie.Wilson@urv.cat